

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студентка гр.103219 Соколовская Н.Л.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Плясунков А.В.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Оценка конкурентоспособности позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятий, что в дальнейшем послужит основой для принятия управленческих решений и разработки перспективных направлений развития хозяйствующего субъекта.

Рассмотрим наиболее распространенные методы оценки конкурентоспособности предприятия.

Группа матричных методов базируется на оценке маркетинговой стратегии предприятия с использованием построения матрицы конкурентных стратегий. В основе методики лежит анализ конкурентоспособности с учетом жизненного цикла продукции предприятия.

Методы, основанные на оценке конкурентоспособности продукции предприятия, базируются на суждении о том, что конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. Под конкурентоспособностью продукции понимается ее способность быть проданной на рынке в данный период времени.

Метод, основанный на рентабельности активов. В данном методе под конкурентоспособностью предприятия предлагается понимать его способность быть более эффективным по сравнению с предприятиями - конкурентами. Конкурентоспособность предприятия предлагается определять по следующей формуле

$$КСП_{2,1} = P_{2A} / P_{1A},$$

где $КСП_{2,1}$ - конкурентоспособность оцениваемого предприятия по отношению к предприятию-конкуренту;

P_{2A}, P_{1A} – рентабельность активов соответственно оцениваемого предприятия и предприятия-конкурента.

Если $KСП_{2,1} > 1$, то оцениваемое предприятие более конкурентоспособное, чем предприятие-конкурент. Если $KСП_{2,1} = 1$, то оцениваемое предприятие и предприятие-конкурент имеют одинаковую конкурентоспособность. Если $KСП_{2,1} < 1$, то оцениваемое предприятие менее конкурентоспособное, чем предприятие-конкурент.

Рентабельность активов предлагается определять по следующей формуле

$$P_A = \Pi_{ч} / A,$$

где $\Pi_{ч}$ – чистая прибыль предприятия,

A – активы предприятия.

Чистая прибыль предприятия определяется: выручкой от реализации продукции, которая зависит от конкурентоспособности продукции с точки зрения потребителя; затратами на производство и реализацию продукции, которые зависят от эффективности управления затратами; налогами из выручки и прибыли от реализации продукции, которые зависят от законодательства в области налогообложения.

Рентабельность активов определяет насколько эффективно используются ресурсы предприятия. То предприятие, которое более эффективно использует свои ресурсы и является более конкурентоспособным.

УДК 005.21

ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ФИРМЫ С ПОМОЩЬЮ SWOT/TOWS - АНАЛИЗА

Студент гр.103219 Барсуков А.А.

Научный руководитель – ст. преп. Торская И.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Стратегию можно определить как план управления фирмой, направленный на укрепление её позиций на рынке, удовлетворение потребностей покупателей и достижение поставленных перед фирмой стратегических целей и задач. С помощью FAROUT-анализа, учитывающего ориентацию на будущее, точность, ресурсную эф-